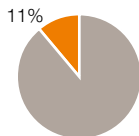


Andel av försäljning 2010



Andel av rörelseresultat 2010



Rörelseresultatet för professionell köksutrustning förbättrades tack vare ökad försäljning av egentillverkade produkter, förbättrad kundmix och kostnadseffektiviseringar. Rörelseresultatet för professionell tvättutrustning förbättrades tack vare prishöjningar och ökad kostnadseffektivitet. Rörelseresultatet för 2010 var det bästa någonsin inom Professionella Produkter.

Professionell tvättutrustning

Trender

De krav som ställs på professionell tvättutrustning skiljer sig något beroende på användare. Tvättinrättningar vill exempelvis ha lösningar som är ergonomiska och som minskar risken för smittspridning via smutsiga textilier. Tvättutrustning till gemensamma tvättstugor i flerfamiljshus eller till tvättomater ska vara så enkla att använda att inga manualer behövs. Oavsett användningsområde ställer köparna höga krav på innovationer som leder till lägre kostnader genom minskad förbrukning av energi, vatten och tvättmedel utan att göra avkall på tvätt- och sköljresultat.

Marknad och återförsäljare

Professionell tvättutrustning säljs dels till tvättspecialister såsom tvättinrättningar för sjukhus och hotell, dels till flerfamiljshus med gemensamma tvättstugor och till lokala tvättinrättningar. Den globala marknaden för professionell tvättutrustning uppskattas ha uppgått till cirka 20 miljarder kronor under 2010. Även om efterfrågan minskat under de senaste årens lågkonjunktur har marknaden för professionella tvättprodukter visat sig vara mer stabil än för köksprodukter eftersom en stor del av försäljningen avser ersättningsprodukter.

Marknaden för tvättutrustning är inte lika fragmenterad som för professionella köksprodukter. De fem största tillverkarna har cirka 55 procent av den globala marknaden. Andelen direktförsäljning är större för professionell tvättutrustning än för professionella köksprodukter, även om trenden går mot ökad försäljning via återförsäljare, framför allt av mer standardiserade produkter.

Electrolux position

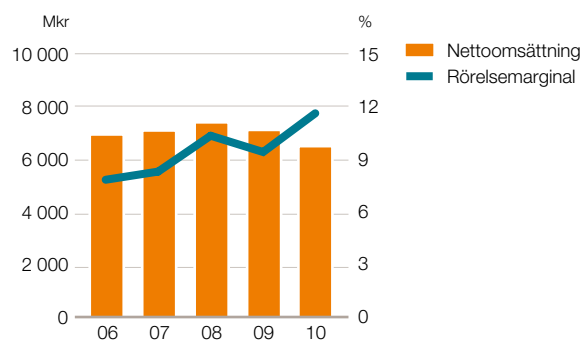
Electrolux utvecklar kontinuerligt nya, användarvänliga produkter och tvättprocesser som minskar energianvändningen och förbättrar tvättresultatet. I produkterbjudandet ingår bland annat tvättmaskiner, torktumlare samt stryktutrustning. Omkring 65 procent av försäljningen sker i Europa och 10 procent i Nordamerika. Den starkaste positionen har Electrolux idag hos europeiska sjukhus och kommersiella tvättinrättningar. Produkterna distribueras via 20 nationella säljbolag världen över och genom ett globalt nätverk av fristående distributörer.

Electrolux Lagoon™ är ett system för tvätt, tork och strykning med hjälp av endast vatten och biologiskt nedbrytbara tvättmedel. Den skonsamma och ekologiska tvätten klarar även ömtåliga material som normalt kräver kemtvätt, såsom ylle och läder.

Electrolux säljer frontmatade tvättmaskiner som genom ny teknik, ett automatiskt viktmätningssystem (AWS), väger tvätten och sedan anpassar vatten, energi och tvättmedel till tvättens vikt.

Electrolux torktumlare Heat Pump Dryer förbrukar cirka 70 procent mindre energi jämfört med konventionella värmesystem för torkning av tvätt.

Nettoomsättning och rörelsemarginal för Professionella Produkter



Inom verksamheten för Professionella Produkter har en lönsam omvandling skett. Under 2010 nåddes den högsta rörelsemarginalen någonsin – 11,6%. Strategin att erbjuda innovativa produkter i kombination med en strikt kostnadskontroll ger resultat. Läs mer på sidan 54.

Försäljningen minskade under 2010 som ett resultat av att koncernen avyttrat en verksamhet för större köksprojekt i Nordamerika.



En modern myntbar i Belgien utrustad med tvättlösningar från Electrolux Professionella Produkter. Detta är ett av fokusområdena för tillväxt inom professionella konsumentanvända lösningar.

Marknader och konkurrenter

KÖKSUTRUSTNING

Största marknader

- Italien
- Frankrike
- Skandinavien
- Asien och Mellanöstern

Största konkurrenter

- Rational
- Manitowoc/Enodis
- Middleby
- Ali Group

TVÄTTUTRUSTNING

Största marknader

- Skandinavien
- Frankrike
- Japan
- USA

Största konkurrenter

- Alliance
- Primus
- Girbau
- Miele

Professionell köksutrustning

Trender

Eftersom köpare av köksutrustning har olika krav måste tillverkarna kunna leverera innovativa flexibla lösningar. Slut användarnas fokus ligger i allt högre grad på kriterier för hygien samt vatten- och energieffektivitet liksom på tillgången till ett omfattande servicenätverk. Designens betydelse ökar stadigt eftersom många restaurangkök exponeras för gästerna.

Marknad och återförsäljare

Marknaden för professionell köksutrustning uppskattas ha uppgått till cirka 116 miljarder kronor år 2010. Efter ett svagt 2009 stabiliserades efterfrågan på marknaderna i väst och ökade i Asien och Latinamerika. Inom de olika segmenten uppvisade de stora, globala restaurangkedjorna en fortsatt tillväxt. Offentliga inrättningar och fristående restauranger fortsatte att utvecklas svagt i Europa.

Omkring hälften av all professionell köksutrustning inom industrin säljs i Nordamerika. De ledande restaurangkedjorna ökar sina marknadsandelar i USA och expanderar också snabbt i tillväxtregioner såsom Kina och Östeuropa. Detta medför stora möjligheter för de tillverkare av köksutrustning som har restaurangkedjor som kunder. På den nordamerikanska marknaden råder en relativt hög grad av konsolidering bland såväl tillverkare som återförsäljare av professionella köksprodukter.

Den europeiska marknaden, som är ungefär hälften så stor som den nordamerikanska, domineras av många små, fristående restauranger. Konsolideringen bland tillverkare och återförsäljare har inte kommit lika långt som i USA. Många europeiska tillverkare specialiserar sig på en produkt, sektor eller marknad. Den pågående harmoniseringen av lagstiftning och regelverk inom EU kommer att gynna större tillverkare som lättare kan anpassa sig till strängare normer.

Electrolux position

Electrolux är den enda tillverkaren på marknaden som kan förse restauranger och storkök med kompletta lösningar för de viktigaste köksprodukterna såsom diskmaskiner, kylar och frysar. Electrolux erbjuder även kunderna specifika innovativa produkter med hög prestanda. Produkterna inom Green Spirit är miljömässigt de bästa i sin klass och ger koncernen en fördel när allt fler användare fokuserar på att minska sin energiförbrukning.

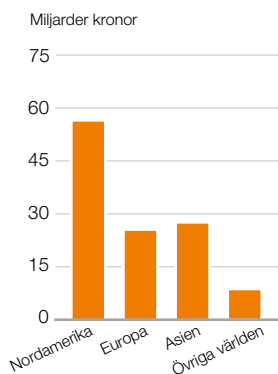
Merparten av Electrolux köksprodukter säljs via återförsäljare. Denna strategi har visat sig vara mer framgångsrik och kostnadseffektiv än direktförsäljning på grund av den komplexa kundstrukturen. Professionell köksutrustning säljs i hög utsträckning som kompletta kökslösningar och köparen får ofta hjälp av återförsäljaren att välja lämpliga funktioner.

I Europa har Electrolux en stark position hos fristående restauranger och sjukvårdsinrättningar. Electrolux säljer även utrustning till större projekt såsom hotell och kryssningsfartyg. Electrolux har en global marknadsnärvaro.

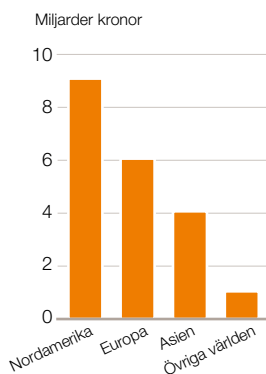
Under senare år har Electrolux börjat etablera starka band med de större snabbmatskedjorna i USA. Antalet små matställen som serverar varm mat ökar snabbt i såväl USA som på tillväxtmarknader. Electrolux har utvecklat konkurrenskraftiga lösningar som möter kedjornas behov, såsom effektiva diskmaskiner för storkök och High Speed Panini Grill.

Marknadsvärde för Professionella Produkter

Marknadsvärde, köksutrustning



Marknadsvärde, tvättutrustning



Cirka 90% av den totala försäljningen av professionell köksutrustning och cirka 75% av försäljningen av tvättutrustning äger rum i Nordamerika och Europa. Historiskt har den globala tillväxten varit cirka 1–2% årligen, och högre i tillväxtregionerna. Den totala marknaden är värd cirka 136 miljarder kronor årligen.

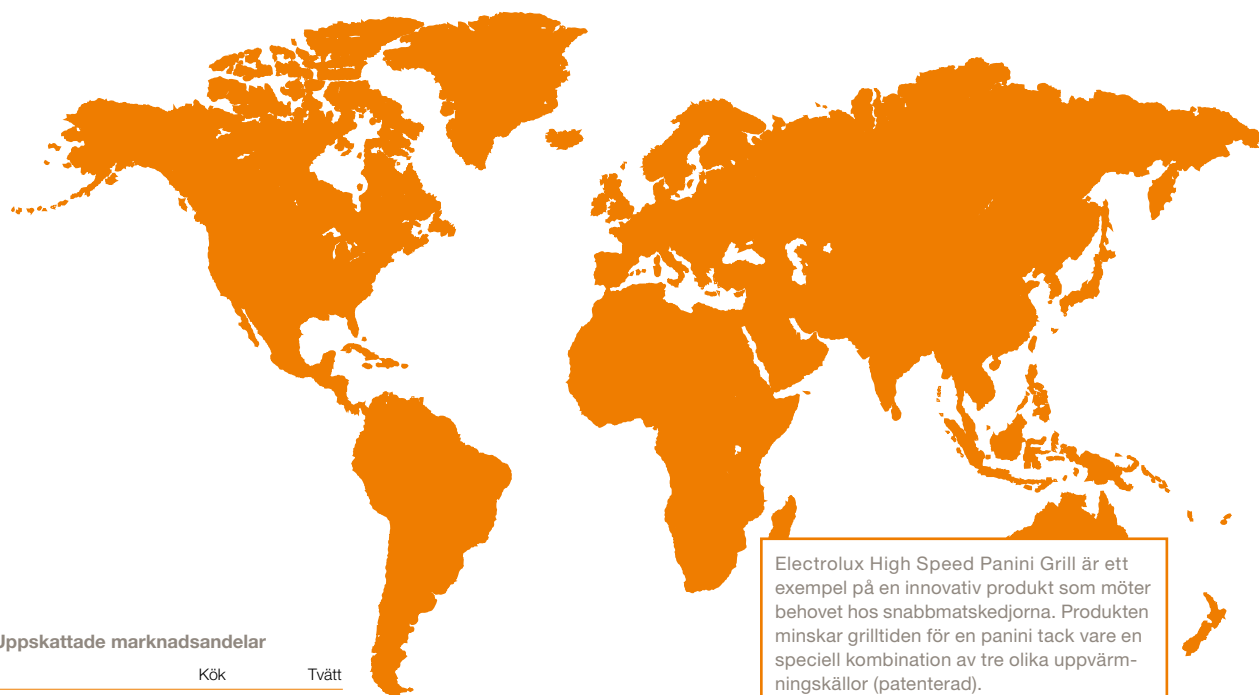
PROFESSIONELLA PRODUKTER

Electrolux Professionella Produkter är en ledande leverantör av kompletta lösningar för professionella kök. Cirka 5 procent av de totala produktkostnaderna investeras varje år i produktutveckling för att upprätthålla en hög innovationsnivå och kunna erbjuda det kunderna efterfrågar. Electrolux är leverantör till många restauranger med stjärnor i Guide Michelin.



Lagoon

Electrolux Lagoon™ är ett professionellt tvättsystem som är specialiserat på varsam hantering av de mest ömtåliga fibrer och textilier. Genom att använda vatten som ett naturligt lösningsmedel, i kombination med speciellt utvecklade tvättprogram och miljövänligt tvättmedel, hanterar den även klädesplagg märkta med enbart kemtvätt. Tack vare dessa egenskaper är Lagoon™ det första, och än så länge det enda, professionella tvättsystemet som certifierats av Woolmark.



Uppskattade marknadsandelar

	Kök	Tvätt
Europa	13%	24%
Nordamerika	N/A	3%
Asien	2%	8%
Globalt	4%	11%

Electrolux High Speed Panini Grill är ett exempel på en innovativ produkt som möter behovet hos snabbmatskedjorna. Produkten minskar grilltiden för en panini tack vare en speciell kombination av tre olika uppvärmningskällor (patenterad).

Innovation

Lönsamheten inom Professionella Produkter har förbättrats kontinuerligt och under 2010 uppnåddes den högsta rörelsemarginalen någonsin, 11,6%.

Starkt resultat